МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Відокремлений структурний підрозділ
«Ладижинський фаховий коледж
Вінницького національного аграрного університету»

Циклова комісія Економічних та інформаційних дисциплін

Відділення: Економічне

"Затверджено"
Заступник директора
з навчальної роботи
Д.В.Присяжнюк
31 липня 2023 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ «CRM-СИСТЕМИ»

Група: ПТБД 31
Загальна кількість годин за навчальним планом: 90
з них аудиторні: 32

Галузь знань:
07 Управління та адміністрування

Спеціальність:
076 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр

Мова навчання: українська

Ладижин 2023

Робоча програма

CRM-системи

(назва навчальної дисципліни)

для студентів спеціальності:

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Розробник: Т.О. Баланчук, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист відокремленого структурного підрозділу «Ладижинський фаховий коледж Вінницького національного аграрного університету»

Робочу програму розглянуто на засіданні предметної (циклової) комісії **економічних та інформаційних дисциплін**

Протокол № 2 від 29 липня 2023 р.

Голова предметної (циклової) комісії Н.М.Гудзенко

Схвалено методичною радою відокремленого структурного підрозділу «Ладижинський фаховий коледж Вінницького національного аграрного університету»

Протокол № 2 від 31 липня 2023 р.

Голова Д.В.Присяжнюк

1. Опис навчальної дисципліни

<table>
<tr><td rowspan="2">Найменування показників</td><td rowspan="2">Галузь знань, напрям підготовки, освітньо-кваліфікаційний рівень</td><td colspan="2">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td>денна форма навчання</td><td>заочна форма навчання</td></tr>
<tr><td rowspan="15">Тижневих годин для денної форми навчання:

6 сем – 3 год</td><td rowspan="15">Галузь знань:

07 Управління та адміністрування

Спеціальність:

076 Підприємництво та торгівля

Освітньо-професійний ступінь: фаховий молодший бакалавр</td><td colspan="2">Нормативна</td></tr>
<tr><td colspan="2">Рік підготовки</td></tr>
<tr><td>3-й</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>6 -й</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекції</td></tr>
<tr><td>24 год</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>8 год</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторні</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>58 год</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Індивідуальні завдання</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Вид контролю</td></tr>
<tr><td>залік</td><td></td></tr>
</table>

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою вивчення навчальної дисципліни «CRM-технології» є формування та розвиток у здобувачів необхідних теоретичних знань з питань CRM систем; вивчення загальних принципів побудови і функціонування сучасних CRM систем, отримання студентами практичних навичок роботи з CRM системами (Customer Relationships Management): формування баз даних на підприємстві та використання аналітичного інструментарію маркетингу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних маркетингових рішень.

Завдання вивчення дисципліни:

- здатність розробляти заходи для стимулювання збуту, аналізувати результати збутової політики та рекламних кампаній;
- оволодіння практичними знаннями та навичками для підготовки планів розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій;
- самостійно використовувати аналітичний інструментарій бізнесу для постійного аналізу інформації з метою прийняття оперативних та стратегічних рішень для розвитку бізнесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

знати:

- поняття Customer Relationship Management; функціональні складові CRM-рішень; можливості CRM-технологій в діяльності підприємств;
- історію та сучасний розвиток CRM систем; особливості управління маркетингом на основі CRM-технологій;
- основні види CRM-систем за традиційними та сучасними класифікаціями;
- стратегічний підхід до впровадження CRM систем в маркетингу; основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві; критерії вибору потенційно необхідних модулів CRM систем в маркетингу підприємства;
- основні характеристики CRM систем в маркетингу; основна мета впровадження CRM систем в маркетингу; призначення CRM систем в маркетингу;
- характеристики ефектів від впровадження CRM систем на підприємстві; основи налаштування та адаптації CRM систем після

впровадження на підприємстві; методи аналізу ефективності впровадження CRM систем;

вміти:

- використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі;
- визначати вимоги до CRM-технологій в діяльності підприємств;
- приймати управлінські рішення щодо вибору CRM системи, з урахуванням специфіки діяльності підприємства та з врахуванням особливостей ринку;
- користуватися CRM системами онлайн та демо-версіями; використовувати модулі CRM систем для оптимізації маркетингу на підприємстві;
- приймати рішення щодо вибору CRM-системи з врахуванням особливостей підприємства;
- оцінювати ефективність роботи CRM систем в маркетингу підприємства; готувати звіти та будувати дашборди з результатами впровадження CRM-системи.

Компетенції, які необхідно сформувати в результаті вивчення дисципліни

Інтегральна компетентність (КІ): Здатність використовувати існуючі мережеві підключення, пошукові програмні засоби, служби Інтернету, хмарні технології для організації бізнесу.

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК6 Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології

ЗК7 Здатність для пошуку, оброблення та налізу інформації з різних джерел

Спеціальні компетентності:

СК3 Здатність застосовувати інноваційні підходи у діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.

СК9 Здатність застосовувати моделі електронної комерції у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.

СК10 Здатність використовувати логістичні системи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності

Міжпредметні зв’язки

Інтернет-технології організовують інформаційну взаємодію між людьми і активно використовуються при підготовці та розповсюдженні масової інформації. Завдяки їм, нарешті вирішено питання поширення інформації про товар чи послугу, передачі інформаційного продукту. Межі більше не мають впливу в інформаційній сфері. Інтернет-технології надають колосальний вплив на інтелектуалізацію суспільства і економіки. По всьому світу - комп'ютерна техніка, навчальні програми та файли мультимедіа - звичні атрибути повсякденного життя.

Інформаційні технології відіграють ключову роль в отриманні і накопиченні нових знань, використання яких підвищує ефективність економічних процесів, що протікають як в рамках окремої компанії, так і на території всієї планети.

Тому на заняттях з дисципліни «Інтернет-технології в бізнесі» можна використовувати міжпредметні зв’язки з предметами:

- «Інформатика;
- «Інтернет технології в бізнесі»;
- «Електронний документообіг та захист інформації»;
- «Інформаційні технології в комерційній діяльності»;
- «Електронна комерція».

Результати навчання:

РН4	Використовувати сучасні комп’ютерні й телекомунікаційні технології обміну та поширення професійно спрямованої інформації у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.
РН5	Здійснювати пошук, самостійний відбір інформації з різних джерел у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
РН9	Застосовувати інноваційні підходи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.
РН15	Застосовувати моделі електронної комерції в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
РН16	Використовувати логістичні системи у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності.

Критерії оцінювання результатів навчання

До навчальних досягнень студентів з освітньої компоненти «Інтернет-технології в інформаційній діяльності», які підлягають оцінюванню, належить база теоретичних і практичних знань щодо створення та функціонування інформаційних систем і технологій в управлінні

підприємствами, нормативної бази, сучасних підходів до їх проектування і впровадження.

Оцінювання якості підготовки студентів здійснюється в двох аспектах:

- рівень володіння теоретичними знаннями;
- здатність до застосування вивченого матеріалу у практичній діяльності.

Відповідно до ступеня оволодіння зазначеними знаннями і способами діяльності виокремлюються чотири рівні навчальних досягнень студентів з інформатики, що відображено в таблиці і побудовано таким чином, що досягнення певного рівня навчальних досягнень передбачає, що усі вказані для попередніх рівнів знання, уміння і навички опановані студентом.

Бали	**Критерії оцінювання навчальних досягнень студентів**
5	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
4	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
3	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
2	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.

Засоби діагностики результатів навчання. Форми поточного та підсумкового контролю

Форми поточного контролю:

- вибіркове усне опитування перед початком занять;
- фронтальне стандартизоване опитування за картками, індивідуальними завданнями;
- фронтальна перевірка домашніх завдань;
- автоматизоване тестове опитування;
- проблемні ситуації – створення ситуацій проблемного характеру;
- ситуаційні завдання – визначення відповіді згідно певної ситуації;
- питання репродуктивного характеру – визначення практичного значення подій, явищ, фактів тощо.

Форми підсумкового контролю:

- ККР;
- ДКР;
- залік.

Обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

- ПК;
- мережеве обладнання;
- принтер;
- Інтернет-браузер;
- архіватор;
- CRM-система (демоверсія).

3. Структура навчальної дисципліни

семестр	Кількість годин											
	Денна форма						Заочна форма					
	всього	у тому числі					всього	у тому числі				
		л	с.п	лаб	інд.	с.р.с.		л	с.п	лаб	інд.	с.р.с.
6	90	24	8			58						

4. Тематичний план дисципліни

Семестр, назва розділу, модуля і теми заняття	за робочою навчальною програмою					
	всього	з них аудиторних				самост
		теор	лаб	прак	сем.	
Вступ. Введення в дисципліну	2	2				
Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства	8	2				6
Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в бізнесі	8	2				6
Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві	8	2				6
Характеристика CRM систем в маркетингу	8	2				6
Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності	8	2				6
Підведення підсумків по теоретичному модулю	6	2				4
Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	40	8		8		24
Залік	2	2				
ВСЬОГО:	**90**	**24**		**8**		**58**

4. Зміст робочої навчальної програми

№	Назва теми	Кількість годин					Навчально-методична література	Засоби діагностики
		денна форма						
		всього	у тому числі					
			л	с.п.л	інд	с.р.с		
1	Вступ. Введення в дисципліну	2	2				Конспект, презентація	
2	Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	Тестовий контроль знань
3	Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в бізнесі	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	Тестовий контроль знань
4	Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	Тестовий контроль знань
5	Характеристика CRM систем в маркетингу	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	Тестовий контроль знань
6	Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	Тестовий контроль знань
7	Підведення підсумків по теоретичному модулю	6	2			4	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	Тестовий контроль знань

	Практичний модуль							
8	Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	
9	ПР 1. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2		2			Інструкційна картка	Перевірка виконаної роботи
10	Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	
11	ПР 2. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2		2			Інструкційна картка	Перевірка виконаної роботи
12	Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	
13	ПР 3. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2		2			Інструкційна картка	Перевірка виконаної роботи
14	Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	8	2			6	Конспект, презентація, картка виконання самостійної роботи	
15	ПР 4. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2		2			Інструкційна картка	Перевірка виконаної роботи
16	Залік	**2**	2					
	ВСЬОГО:	**90**	**24**	**8**		**58**		

5. Теми семінарських занять

6. Теми практичних занять

№	Назва практичної роботи	Кількість годин
1	ПР 1. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2
2	ПР 2. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2
3	ПР 3. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2
4	ПР 4. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	2
	ВСЬОГО:	**8**

7. Теми лабораторних занять

8. Самостійна робота

№	Назва теми	Короткий зміст самостійної роботи	Кількість годин
1	Сутність Customer Relationship Management та роль в маркетингу підприємства	- Стан і перспективи розвитку інформаційних технологій в Україні. - ЗУ «Про Національну програму інформатизації». *Дати відповіді на контрольні запитання*	6
2	Класифікація традиційних та сучасних CRM систем в бізнесі	- Сутність та еволюція Інтернету *Дати відповіді на контрольні запитання*	6
3	Основні етапи стратегії впровадження CRM систем на підприємстві	- Характеристики фізичних каналів - Характеристика ліній зв'язку *Дати відповіді на контрольні запитання*	6
4	Характеристика CRM систем в маркетингу	- Програмне забезпечення комп'ютерних мереж *Дати відповіді на контрольні запитання*	6
5	Результати впровадження CRM систем та оцінка ефективності	- Огляд і призначення протоколів HTTP, FTP, NNTP, SMTP, POP3 *Дати відповіді на контрольні запитання*	6
6	Підведення підсумків по теоретичному модулю	- Мобільний інтернет *Дати відповіді на контрольні запитання*	4
7	ПР 1. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	Вивчення основних інструментів системи	6
8	ПР 2. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	Вивчення основних інструментів системи	6
9	ПР 3. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	Вивчення основних інструментів системи	6
10	ПР 4. Робота в середовищі CRM-системи (демоверсія)	Вивчення основних інструментів системи	6
	ВСЬОГО:		**58**

9. Методичне забезпечення

1. Типова програма з дисципліни
2. Виписка з навчального плану дисципліни
3. Робоча навчальна програма
4. Теоретичний матеріал
5. Презентації
6. Інструкційні картки по виконанню практичних робіт
7. Методичні вказівки самостійної роботи
8. Переліки питань для самоконтролю
9. Матеріали для поточного та підсумкового контролю знань з дисципліни
10. Автоматизований тематичний контроль з дисципліни
11. Методичний матеріал на сайті коледжу
12. Матеріали для дистанційного навчання (завантажені на Google Disk)
13. Відеоуроки на YouTube-каналі викладача

10. Рекомендована література

Основна:

1. Виноградова О. В., Дрокіна Н. І. Електронний бізнес. Навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2018. 292 с. URL: http://www.dut.edu.ua/ua/lib/1/category/743/view/1477
2. Антоненко В. М. Сучасні інформаційні системи і технології: управління знаннями: навч. посібник/ В. М. Антоненко, С. Д. Мамченко, Ю. В. Рогушина. – Ірпінь : Нац. університет ДПС України, 2019. – 212 с.

Додаткова:

1. Limesh Parekh. Cracking the CRM Code: How to Prevent Failures in Buying, Implementing and Using CRM. Notion Press, 2020. 160 p.
2. Інформаційні системи в економіці: навч. посібник / Пономаренко В. С., Золотарьова І. О., Бутова Р. К. та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2019. – 176 с. 4. Інформаційні системи в сучасному бізнесі: навчальний посібник / В. С. Пономаренко, І. О. Золотарьова, Р. К. Бутова та ін. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2020. – 484 с.

11. Електронні ресурси

1. Репозитарій Центральноукраїнського національного технічного університету : веб-сайт. URL: http://dspace.kntu.kr.ua
2. Дистанційна освіта ЦНТУ : веб-сайт. URL: http://moodle.kntu.kr.ua
3. Шевчук І. Б. Прикладні інформаційні системи (конспект лекцій для студентів напрямку «Менеджмент» усіх форм навчання. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 58 с. URL http://financial.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2017/09/ПІС_конспект-лекцій.pdf
4. Можливості використання CRM-систем. Електронний ресурс. URL : https://www.terrasoft.ua